

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet
ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

FACTORS AFFECTING THE USE OF E-WALLET APPLICATION FOR PAYMENT
OF EMPLOYEES IN EXPORT – IMPORT BANK OF THAILAND HEAD OFFICE

ธีรวิทย์ คำหวาน

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Teerawit Kumwan

E-mail : fujipete555@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในด้านการตัดสินใจ ด้านความพึงพอใจ ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านสิทธิและประโยชน์ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ จำนวน 270 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS) หาค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60, ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 1-5 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60

2.) ปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงระดับความสำคัญได้ดังนี้ ด้านความสะดวก ด้านการตัดสินใจ ด้านสิทธิและประโยชน์ ด้านความพึงพอใจ และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

คำสำคัญ : E-Wallet; แอปพลิเคชัน

ABSTRACT

The objective of this study was to study the factors affecting the use of E-Wallet applications for payment of employees in Export – Import Bank of Thailand (EXIM Thailand) head office. Specifically, focus on Decision, Satisfaction, Convenience, System security and Benefits. In this regard, the personal factors were classified by gender, age, marital status, educational background, average monthly income and working experience. The samples of this study were 270 employees of EXIM Thailand. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The collected data were then analyzed using SPSS statistics to determine percentage, mean and standard deviation

The results of this research indicated that 1) in terms of personal factors, most of the respondents were female (n = 150, 55.60 percent), 21-30 years old (n = 101, 37.40 percent), most of the respondents were single people (n = 173, 64.10 percent), With regard to the educational background, most of them graduated with a bachelor's degree (n = 168, 62.20 percent), The result also demonstrate that most of the respondents earned an average monthly income of 20,001 – 40,000 baht (n = 132, 48.90 percent) and most of the respondents have work experience 1 – 5 years (n = 115, 42.60 percent)

2) The result demonstrate that each factors extremely affected the use of E-Wallet application of EXIM Thailand's employees where the most important was convenience, decision, benefits, satisfaction and system security in a descending order.

Keywords : E-Wallet; applications

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสารสนเทศทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม นำไปสู่การปรับตัวเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางกระแส โลกาภิวัตน์ โทรศัพท์มือถือก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะต้องปรับตัว และได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องให้ใช้งานได้อย่าง หลากหลาย (Smart Phone) เช่นการสื่อสาร การใช้งานอินเทอร์เน็ต การถ่ายภาพ การซื้อสินค้าและบริการ ออนไลน์ และใช้โอนเงินหรือชำระเงินได้ เมื่อกล่าวถึงโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนแล้ว รูปแบบการใช้งานที่ กำลังได้รับความนิยมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา คือการใช้เป็นกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการชำระค่า สินค้าและบริการ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของ พนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุการทำงาน

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของ พนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านความ พึงพอใจ ด้านความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านสิทธิและประโยชน์

ขอบเขตด้านประชากร

พนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ซึ่งปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2563

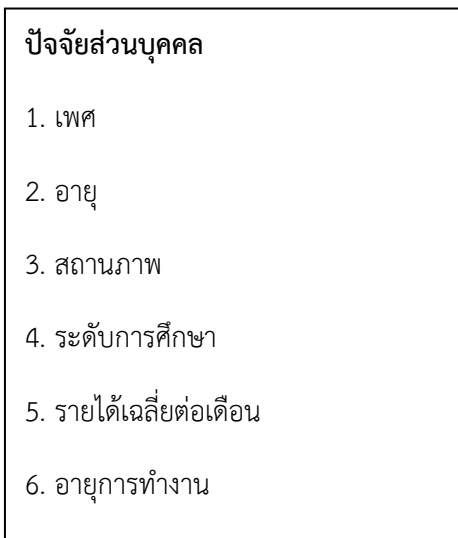
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

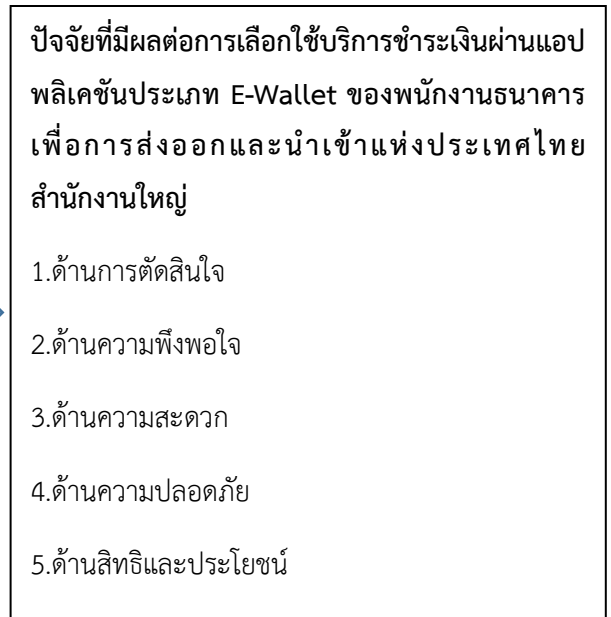
2. เพื่อนำข้อมูลหรือผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาหรือปรับปรุง แอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งาน และ/หรือ เพิ่มจำนวนผู้ใช้งานให้มากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ยูกล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคล ส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

ปรมะ สตะเวทิน (2546, อ้างถึงในไพลิน บรรพโต, 2555) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลต่อปัจจัยทางด้านพฤติกรรม ความคิด ค่านิยม อย่างมีนัยสำคัญ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

กฤษฎี ชนะชัย (2561) กระบวนการตัดสินใจจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งจะทำการตัดสินใจซื้อจากความต้องการที่มากที่สุด หลังจากที่ได้ประเมินทางเลือก

ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพชร (2558) ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจโดยเป็นผลจากต้องการสนองความต้องการ กระบวนการตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญกับทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและฝ่ายผู้ใช้บริการที่จะต้องสร้างความสมดุลระหว่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Good (1973) (อ้างถึงใน สมลักษณ์ คำมาก, 2546) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า สภาพหรือคุณภาพที่เป็นผลมาจากความสนใจ และทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ

พิทักษ์ ตรุษทิบ (2551) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึก ต่อสิ่งกระตุ้นที่แสดงออกมา ในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินในทิศทางบวก หรือลบ

แนวคิดเกี่ยวกับความสะดวก

นันท์ธิดา ทองดี (2561) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่ง чтоช่วยให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายและส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความสุข

วรินทร์ยุพา พิมพ์สะดาก (2558) สิ่งอำนวยความสะดวกจะช่วยให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย ส่งผลให้เกิดความพอใจในการใช้บริการและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัย

นันท์ธิดา ทองดี (2561) ความปลอดภัย การป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นอันจะส่งผลกระทบต่อชีวิต และทรัพย์สิน ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยจึงเป็นการนำหลักปฏิบัติด้านความปลอดภัยตามแบบมาใช้ ซึ่งมีข้อกำหนดอย่างชัดเจน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสิทธิและประโยชน์

(Kotler, 2003. อ้างถึงใน วสันต์ชัย คำมงคล และ ชีรนุช พุคักดิ์ศรีกิจ, 2562 : บทคัดย่อ) ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาดคือสิ่งที่ใช้ให้เกิดการตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยในการส่งเสริมการตลาด หรือสิทธิและประโยชน์ที่ได้รับ (Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ใช้กระตุ้น หรือจูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจ หรือมีทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อตามที่ผู้ขายต้องการ เช่น การลดราคา มีของแถม หรือข้อเสนอพิเศษในการซื้อ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญา วัฒนาศิริพล (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) และผลกระทบต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษาผู้ให้บริการเอกชนที่มีใช้สถาบันการเงิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้วิจัยได้วิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านการศึกษาทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการชำระค่าสินค้าและบริการ และออกแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 447 คน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน e-Wallet ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก โดยเรียงตามค่าน้ำหนักจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security), ปัจจัยด้านความคาดหวังต่อประสิทธิภาพ (Performance Expectancy), ปัจจัยด้านกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด (Promotional Benefits) และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) แต่เนื่องจาก e-Wallet เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีฟังก์ชันการใช้งานที่ง่ายมากกว่า 10 ปีที่แล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงคุ้นเคย ประกอบกับการใช้จ่ายชำระเงินด้วยแอปพลิเคชัน e-Wallet ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายต่อครั้ง (Ticket Size) เป็นจำนวนเงินที่สูงมาก ทำให้ปัจจัยภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการใช้งานเหมือนในอดีต และเป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มผู้บริโภคอายุ 31-40 ปี เป็นกลุ่มที่มีการใช้งาน e-Wallet มากที่สุด เนื่องจากเติบโตมากับเทคโนโลยีนี้กว่า 10 ปี และมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีนี้เป็นอย่างดี ประกอบกับเป็นกลุ่มวัยที่มีกำลังซื้อสูง ในขณะที่จากการทาวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าผู้ให้บริการ e-Wallet หลายรายกำลังจับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มอายุ 23-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งจากผลวิจัยทางสถิติพบว่า เป็นกลุ่มที่ใช้ e-Wallet น้อยกว่า และมีกำลังซื้อต่ำกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุ 31-40 ปี)

ธัญยากร ขวัญใจสกุล (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ โดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีและการทบทวนงานวิจัยในอดีต ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการและความถี่ในการใช้งาน โดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณประเภทสำรวจ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้ที่เคยใช้บริการทาง

การเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง โดยมีการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบและมีการตรวจสอบความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลสรุปของงานวิจัยพบว่า ความตั้งใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการ และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งเรียงตามลำดับความสำคัญประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายเพย์เมนต์เรียงตามลำดับความสำคัญประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายเพย์เมนต์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง และการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ตามลำดับ และผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการของแต่ละผู้ให้บริการต่างไม่ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจในการใช้บริการระหว่างระบบผู้ให้บริการ

กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย งานวิจัยนี้ศึกษาทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือหรือ Mobile Wallet โดยเปลี่ยนจากการใช้บัตรเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ บนพื้นฐานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ทฤษฎีผลกระทบภายนอกจากเครือข่าย และทฤษฎีอุปสรรคในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ รวมถึงพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม ได้แก่ ความปลอดภัย ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ทางสังคม วิธีวิจัยของงานวิจัยนี้ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม e-Money ประเทศไทย และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ประชากรของการศึกษาวิจัยนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการ e-Money ในรูปแบบบัตรหรือบนเครือข่ายที่รองรับการซื้อขายสินค้าจากผู้ขายหลายราย โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 320 ตัวอย่าง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือส่งผลกระทบต่อการใช้งานจริงและความตั้งใจที่จะใช้งานในอนาคต ในขณะที่ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของทางเลือกอื่น การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้สิทธิประโยชน์ของทางเลือกอื่น การรับรู้ต้นทุนในการเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์ทางสังคม ผลกระทบภายนอกเครือข่ายทางอ้อม ผลกระทบภายนอกจากเครือข่ายทางตรง ความปลอดภัยและความไว้วางใจ ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือ

วรรณพร ทวลมานพ (2558) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานกับพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีสถานภาพโสด พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1 - 15 นาที ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน โดยมีลักษณะของการทำงานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสเพื่อโอนเงินไปบัญชี ของธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งาน (อายุ อาชีพ รายได้) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส (ความถี่ในการใช้งาน) ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส แต่ตัวแปรอาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส

ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะประชากรของผู้ใช้งาน (อายุ อาชีพ รายได้) ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด) ผลการศึกษาพบว่ารายได้ที่ต่างกันมีความ พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน

ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งาน (ความถี่) ที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด) ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ที่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบาย แบงก์กิ้งพลัส มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส มากที่สุด ซึ่งถือได้ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก สำหรับประเด็นพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (ความถี่) ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ มีกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 270 ชุด โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5%

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ (Google Form) ผ่านแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line เป็นต้น
2. เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 24) ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 24)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ใช้การวิเคราะห์ตัวแปรอิสระ
2. ค่าเฉลี่ย \bar{x}
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ตัวแปรตาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ด้านเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 และเพศชาย จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ 31-40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และอายุ 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ตามลำดับ ด้านสถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 สถานภาพหย่าร้าง / หม้าย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 และสถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80, ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 รองลงมาคือรายได้ 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 23, รายได้ 60,001 – 80,000 บาท มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90, รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และรายได้ 80,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ ด้านอายุการทำงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 1 – 5 ปี รองลงมาคือ 6 – 10 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90, 11 – 15 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60, 16 – 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60, 21 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 และ ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีองค์ประกอบ 5 ด้าน โดยผู้ทำวิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงระดับความสำคัญได้ดังนี้ คือด้านความสะดวก ด้านการตัดสินใจ ด้านสิทธิและประโยชน์ ด้านความพึงพอใจ และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ (\bar{X} = 3.99, \bar{X} = 3.88, \bar{X} = 3.87, \bar{X} = 3.70, \bar{X} = 3.67) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 และเพศชายจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00, 41 – 50 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ซึ่งเท่ากับ 51 – 60 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 และสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 และระดับปริญญาโท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 รองลงมาคือ 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00, 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90, ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และ 80,001 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุการทำงาน 1 – 5 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาคือ 6 – 10 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90, 11 – 15 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60, 16 – 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันประเภท E-Wallet ของพนักงานธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงระดับความสำคัญได้ดังนี้ คือด้านความสะดวกด้านการตัดสินใจ ด้านสิทธิและประโยชน์ ด้านความพึงพอใจ และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ

อภิปรายผล

1.ด้านการตัดสินใจ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ แอปพลิเคชันสามารถอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันได้ ส่วนข้อที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ

ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ในชีวิตประจำวัน, ตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet เพื่อตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว, ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet ในการชำระค่าสินค้าแบบออนไลน์ (Shopping Online), ตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet เพราะมีความหลากหลายในการใช้บริการ, รู้จักแอปพลิเคชัน E-Wallet อยู่ในระดับใด, ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet ในการชำระค่าสินค้าตามร้านค้าทั่วไป, ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet ในการชำระค่าบริการ เช่นค่าสาธารณูปโภค และบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet ส่งผลให้ตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet ด้วย ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ัญญากร ขวัญใจสกุล (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์मेंต์

2.ด้านความพึงพอใจ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อทุกข้อมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความพึงพอใจหลังจากการใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet รองลงมาคือความพึงพอใจจากได้รับบริการจากผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน E-Wallet, แนะนำให้ผู้อื่นใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet และไม่เคยพบปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.ด้านความสะดวก

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet สามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารได้, การชำระค่าสินค้าและบริหารผ่านแอปพลิเคชัน E-Wallet รวดเร็วและประหยัดเวลามากกว่าการใช้เงินสด, การเข้าถึงแอปพลิเคชัน E-Wallet ผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนเป็นเรื่องง่าย, ความหลากหลายของบริการชำระเงิน, การใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet สามารถลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม เช่น ค่าธรรมเนียมต่างๆได้, แอปพลิเคชัน E-Wallet เช่น K Plus TrueMoney Wallet Rabbit LinePay ฯลฯ ใช้งานง่าย, แอปพลิเคชัน E-Wallet เช่น K Plus TrueMoney Wallet Rabbit LinePay ฯลฯ มีขั้นตอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก และสามารถใช้ออปพลิเคชัน E-Wallet ได้ทุกร้านค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ พิชญ่า วัฒนศิริพล (2561) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ออปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) และผลกระทบต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษาผู้ให้บริการเอกชนที่มีใช้สถาบันการเงิน

4.ด้านความปลอดภัย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ แอปพลิเคชัน E-Wallet ที่ใช้งานมีระบบรักษาความปลอดภัยด้วยวิธีการยืนยันตัวตนด้วยการกรอกรหัสผ่านหรือสแกนลายนิ้วมือ, ความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet, คิดว่าแอปพลิเคชัน E-Wallet เก็บรักษาข้อมูลทางการเงินและข้อมูลส่วนตัวได้อย่างปลอดภัย, ไม่มีความกังวลใจหลังการใช้งาน แอปพลิเคชัน E-Wallet และการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน E-Wallet มีโอกาสถูกโจรกรรมน้อยกว่าการใช้เงินสด ตามลำดับ ซึ่ง

สอดคล้องกับ กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์ (2560) ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์(e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย

5.ด้านสิทธิและประโยชน์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ คือส่วนลดราคาค่าสินค้ามีส่วนในการจูงใจให้ใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet, ส่วนลดค่าจัดส่งสินค้ามีส่วนในการจูงใจให้ใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet, ความหลากหลายด้านสิทธิและประโยชน์ (Promotion) จูงใจให้เลือกใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet ในการชำระค่าสินค้าและบริการ และคะแนนสะสมมีส่วนในการจูงใจให้ใช้แอปพลิเคชัน E-Wallet ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับแนวคิดของ ธัญญากร ขวัญใจสกุล (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ด้านการตัดสินใจ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือการปรับปรุงการใช้งานแอปพลิเคชันให้ใช้งานได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น จะส่งผลให้แอปพลิเคชัน E-Wallet ได้รับความนิยมมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถใช้งานได้เสมือนหนึ่งกระเป๋าเงินจริงที่ผู้บริโภคใช้งานอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น สามารถเก็บข้อมูลบัตรประจำตัวประชาชน หรือใบอนุญาตขับขี่ ซึ่งสามารถสแกนรหัสหรือ OQ Code สำหรับกรณีที่ใช้ติดต่อกับหน่วยงานราชการ เป็นต้น

ด้านความพึงพอใจ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง เนื่องจากในปัจจุบันสื่อและสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก จากการแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว หากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่มีความพอใจหลังการใช้งาน และได้แสดงความคิดเห็นบนสังคมออนไลน์จะส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชัน ดังนั้นจึงควรปรับปรุงระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ และการเปิดรับข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชัน เพื่อปรับปรุงให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจหลังการใช้

ด้านความสะดวก

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e - Wallet) ให้มีความสำคัญกับความสะดวกในการใช้ ดังนั้น จึงต้องเพิ่มประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันให้ทำงานได้อย่างรวดเร็วเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ในด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน ควรพัฒนาให้สามารถขออนุมัติวงเงินบัตรเครดิต และการติดตามผลการอนุมัติวงเงิน ได้ด้วย

ด้านความปลอดภัย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรพัฒนาระบบความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และจัดให้มีการเปลี่ยนรหัสผ่าน หรือการยืนยันรหัสผ่าน หรือการอัปเดตลายนิ้วมืออย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้คุณคนอื่นสามารถเข้าใช้งานแอปพลิเคชันได้ และลดโอกาสที่จะถูกโจรกรรม และควรการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีระบบการแจ้งเตือนเมื่อพบข้อมูลการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันที่ผิดปกติไปจากเดิม

ด้านสิทธิและประโยชน์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ โดยปกติแล้วผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน E-Wallet จะให้ส่วนลดราคาค่าสินค้าแก่ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันรายใหม่ (การใช้ครั้งแรก) เป็นส่วนใหญ่ จึงควรมอบสิทธิและประโยชน์ในส่วนของส่วนลดราคาค่าสินค้าให้แก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน E-Wallet ที่เป็นลูกค้าเดิมให้มากขึ้น และการให้สิทธิและประโยชน์ด้านเครดิตเงินคืน (Cashback) ซึ่งยังไม่ถูกนำมาใช้กับแอปพลิเคชัน E-Wallet หากผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน E-Wallet สามารถนำระบบเครดิตเงินคืน (Cashback) มาใช้กับแอปพลิเคชัน E-Wallet เช่นเดียวกับการใช้บัตรเครดิต ก็จะเป็นการเพิ่มสิทธิและประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน

บรรณานุกรม

- กฤษฎี ชนะชัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสารสกัดใบบัวบก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและการสร้างคุณค่า. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2560). การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการตลาด. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ฉกาชาติ สุขโพธิ์เพ็ชร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธัญยากร ขวัญใจสกุล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์. ค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ). สาขาวิชา ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นันท์ธิดา ทองดี. (2561). อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- พิทักษ์ ตรุษทิป. (2551). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร : ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- พิชญา วัฒนศิริพล. (2557). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-WALLET) และผลกระทบต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษา ผู้ให้บริการเอกชนที่มีใช้สถาบันการเงิน. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการตลาด. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคมโบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรินทร์ยุพา พิมพ์สะดวก. (2558). อิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการ ผ่านการรับรู้คุณภาพการให้บริการสวนน้ำจurasลิสต์ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร